Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 09:21:30
Уникальный программный ключ:
b066544bae1...

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л.В. Крылова
(подпись)
« _25_ » ____03____ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.20. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ

Укрупненная группа направлений подготовки: 43.00.00 Сервис и туризм
(код, наименование)

Образовательная программа высшего образования: программа бакалавриата

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
(код, наименование)

Профиль: Социально-культурный сервис
(наименование)

Факультет: ресторанно-гостиничного бизнеса

Курс, форма обучения: очная форма обучения 2 курс
заочная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинга сферы услуг» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю: Социально-культурный сервис, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик:
Дегтярева Яна Владимировна, зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры сервиса и гостиничного дела
Протокол от «_20_» ___02____ 2026 года № _16_
Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела
_____ Я.В. Дегтярева
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса
_____ И.В. Кощавка
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата «_24_» ____02____ 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «_25_» ____03____ 2026 года № _8_

Председатель_____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Дегтярева Я.В., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 4</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
43.00.00 Сервис и туризм</td><td colspan="2" rowspan="2">Обязательная часть</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.03.01 Сервис</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">Профиль: Социально-культурный сервис</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>2-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Общее количество часов – 144</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>Зимняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>32 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 3,9
самостоятельной работы обучающегося – 5</td><td rowspan="11">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>30 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>- час.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>80,15 час.</td><td>128,85 час</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>3 ТМК</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, экзамен)</td></tr>
<tr><td>Диф. зачет</td><td>Диф. зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 62/80,15
для заочной формы обучения – 12/128,85

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

формирование у обучающихся системы знаний о сущности и функциях маркетинга, места и его роли в системе рыночного хозяйствования, овладение практическими навыками использования маркетинга для удовлетворения потребностей целевого рынка и обеспечения эффективной деятельности предприятия.

Задачи дисциплины:

ознакомить обучающихся с теоретическими основами, понятиями и категориями маркетинга; изучить особенности проведения маркетинговых исследований, сегментации рынка и типологии потребителей; вооружить системой знаний относительно товара, цены, распределения и сбыта, продвижения как элементов комплекса маркетинга; обеспечить выработку умений и навыков внедрения и использования маркетинга в практике деятельности предприятий.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.О.20 «Основы маркетинга сферы услуг» относится к обязательной части ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях дисциплины: Маркетинговые исследования в сфере услуг.

Дисциплина является основополагающей для изучения дисциплин Маркетинг предприятия сервиса, Реклама в сфере услуг, Брендинг в сфере услуг, Цифровой маркетинг.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ИДК-1$_{ОПК-4}$ Проводит исследование рынка, анализирует потребительские предпочтения, конкурентную среду и тенденции в сфере услуг ИДК-2$_{ОПК-4}$ Применяет основные элементы комплекса маркетинга для достижения целей в сфере услуг и организации продажи сервисных продуктов

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: методологические и теоретические основы маркетинга, современные концепции управления маркетингом на предприятии, современные аспекты формирования комплекса маркетинга; методы и модели организации маркетинговых исследований;

уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных задач; использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; воздействовать на рынок и потребительский спрос, применяя все инструменты комплекса маркетинга;

владеть: навыками применения методического инструментария маркетинга, целевого управления процессом создания и реализации ценности для потребителя; организации работы и оперативного управления на основе маркетинга.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Теоретические основы маркетинга

Тема 1. Сущность маркетинга и развитие его концепций

Тема 2. Маркетинговая среда: состав, характеристика и диагностика

Смысловой модуль 2. Методологические и информационные основы маркетинга

Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования

Тема 4. Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей

Смысловой модуль 3. Комплекс маркетинга и его основные элементы

Тема 5. Товар в комплексе маркетинга

Тема 6. Цена в комплексе маркетинга

Тема 7. Распределение в комплексе маркетинга

Тема 8. Продвижение в комплексе маркетинга

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
Модуль 1. Основы маркетинга												
Смысловой модуль 1. Теоретические основы маркетинга												
Тема 1. Сущность маркетинга и развитие его концепций	18	4	4	-	-	10	17	0,5	0,5	-	-	16
Тема 2. Маркетинговая среда: состав, характеристика и диагностика	18	4	4	-	-	10	17	0,5	0,5	-	-	16
Итого по смысловому модулю 1	***36***	***8***	***8***	***-***	***-***	***20***	***34***	***1***	***1***	***-***	***-***	***32***
Смысловой модуль 2. Методологические и информационные основы маркетинга												
Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	18	4	4	-	-	10	17	0,5	0,5	-	-	16
Тема 4. Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей	18	4	4	-	-	10	17	0,5	0,5	-	-	16
Итого по смысловому модулю 2	***36***	***8***	***8***	***-***	***-***	***20***	***34***	***1***	***1***	***-***	***-***	***32***
Смысловой модуль 3. Комплекс маркетинга и его основные элементы												
Тема 5. Товар в комплексе маркетинга	18	4	4	-	-	10	18	1	1	-	-	16
Тема 6. Цена в комплексе маркетинга	18	4	4	-	-	10	18	1	1	-	-	16
Тема 7. Распределение в комплексе	18	4	4	-	-	10	18	1	1	-	-	16

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
маркетинга												
Тема 8. Продвижение в комплексе маркетинга	16,5	4	2	-	-	10,15	18,85	1	1	-	-	16,85
Итого по смысловому модулю 3	***70,15***	***16***	***14***	***-***	***-***	***40,15***	***72,85***	***4***	***4***	***-***	***-***	***64,85***
Всего по смысловым модулям:	**142,15**	**32**	**30**	**-**	**-**	**80,15**	**140,85**	**6**	**6**	**-**	**-**	**128,85**
Катт	**1,6**	**-**	**-**	**-**	**1,6**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**0,9**	**-**
СРэк	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
ИК	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
КЭ	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Каттэк	**0,25**	**-**	**-**	**-**	**0,25**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**0,25**	**-**
Контроль	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2**	**-**
Всего часов:	**144**	**32**	**30**	**-**	**1,85**	**80,15**	**144**	**6**	**6**	**-**	**3,15**	**128,85**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Сущность маркетинга и развитие его концепций	4	0,5
2	Маркетинговая среда: состав, характеристика и диагностика	4	0,5
3	Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	4	0,5
4	Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей	4	0,5
5	Товар в комплексе маркетинга	4	1
6	Цена в комплексе маркетинга	4	1
7	Распределение в комплексе маркетинга	4	1
8	Продвижение в комплексе маркетинга	2	1
Всего:		**32**	**6**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Сущность маркетинга и развитие его концепций	10	16
2	Маркетинговая среда: состав, характеристика и диагностика	10	16
3	Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	10	16
4	Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей	10	16
5	Товар в комплексе маркетинга	10	16
6	Цена в комплексе маркетинга	10	16
7	Распределение в комплексе маркетинга	10	16
8	Продвижение в комплексе маркетинга	10,15	16,85
Всего:		**80,15**	**128,85**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются такие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

− лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

− письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом;

− при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

− письменные задания оформляются увеличенным шрифтом…

2) для глухих и слабослышащих:

− лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

− письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

− зачет проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение их в форме тестирования…

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

− лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

− письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

− зачет проводится в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:
в печатной форме увеличенным шрифтом;
в форме электронного документа;
в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения[1]

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - тестирование (темы 1-6) - разноуровневые задачи и задания (темы 1-8) - текущий модульный контроль (собеседование (устный или письменный опрос))	 5 5 10	 30 40 30
Промежуточная аттестация	*дифференцированный зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения[1]

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - тестирование	 5	 50
- разноуровневые задачи и задания	5	50
Промежуточная аттестация	*дифференцированный зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Типовые вопросы для подготовки к экзамену:

1. Исторические предпосылки возникновения и развития маркетинга
2. Теоретические основы маркетинга: сущность и концепции развития
3. Принципы и функции маркетинга
4. Маркетинговая среда: сущность, состав, характеристика
5. Цели, задачи, виды маркетинга, их характеристика
6. Информация, ее сущность, требования к рекламной информации.
7. Маркетинговая информационная система (МИС), ее состав и характеристика.

8. Сущность, виды, методы маркетинговых исследований
9. Процесс маркетинговых исследований: сущность и характеристика этапов
10. Потребности и спрос субъектов рынка: сущность, классификация, измерение потребностей, методы исследования спроса
11. Моделирование поведения покупателей
12. Сущность и признаки сегментации рынка. Стратегии охвата рынка
13. Типология потребителей: понятие и подходы к ее осуществлению
14. Товар и его характеристики при маркетинговом подходе
15. Конкурентоспособность товаров и методы ее оценки
16. Концепция жизненного цикла товаров (ЖЦТ): сущность и характеристика этапов
17. Новые товары в маркетинге: сущность, типы новшеств, этапы разработки.
18. Товарная марка, упаковка, сервис по маркетингу
19. Цена как элемент комплекса маркетинга
20. Ценовые стратегии: понятие, виды
21. Методы расчета уровня цен
22. Сущность, цели, принципы, процесс распределения в системе маркетинга
23. Каналы распределения и их характеристика
24. Понятие, функции, виды продвижения товаров
25. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций
26. «Паблисити» – сущность и формы
27. «Паблик рилейшнз»: сущность, значение и мероприятия
28. Стимулирование сбыта
29. Новые формы коммуникаций.
30. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу								**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль 1		**Смысловой модуль 2**		**Смысловой модуль 3**				
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	
10	20	10	20	10	10	5	15	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т8 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Дегтярева, Я. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Я. В. Дегтярева, Л. В. Крылова. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-00202-727-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/481790

2. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник для вузов / Д. А. Шевченко. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 613 с. — ISBN 978-5-394-05623-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144174.html

Дополнительная:

1. Третьякова, И. Н. Основы маркетинга : учебное пособие / И. Н. Третьякова, Р. Ф. Фаляхов. — Кемерово : Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2025. — 137 с. — ISBN 978-5-00137-516-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/155704.html

2. Астратова, Г. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Г. В. Астратова. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-7996-3795-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/157027.html

3. Шамис В.А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / Шамис В.А., Левкин Г.Г.. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124751.html

4. Соколова, Н. Г. Основы маркетинга : практикум / Н. Г. Соколова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 267 с. — ISBN 978-5-4497-3955-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/145756.html

Учебно-методические издания:

1. Основы маркетинга : конспект лекций для студентов укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль: Менеджмент услуг) очной и заочной форм обучения / Я.В. Дегтярева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра сервиса и гостиничного дела. — Донецк : ДОННУЭТ, 2024. — 78 с. — URL: http://catalog.donnuet.ru/. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ.

2. Основы маркетинга : методические рекомендации для проведения практических и семинарских занятий для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль: Менеджмент услуг), бакалавриат очной и заочной форм обучения / А.А. Кульбида ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М Туган-Барановского, Кафедра сервиса и гостиничного дела. — Донецк, 2025. — 19 с. — URL: http://46.150.103.143:54041/megapro/Download/ToView/39154. — Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро». - Москва : ООО «Дата Экспресс», 2024- . - Текст : электронный.
2. Электронная библиотека Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 2024 – . – URL: http://192.168.41.108/megapro. – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образовательный ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2007 -. - URL:http://www.iprbookshop.ru. – Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст. Аудио. Изображения : электронные.

4. Лань : электронная-библиотечная система. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://e.lanbook.com/- Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

5. СЭБ : Консорциум сетевых электронных бибилиотек / Электронная-библиотечная система «Лань» при поддержке Агентства стратегических инициатив. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://seb.e.lanbook.com/ - Режим доступа : для пользователей организаций - участников, подписчиков ЭБС «Лань». - Текст : электронный.

6. Polpred : электронная библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». - Москва : Полпред Справочники, cop. 1997-2024. - URL:https://polpred.com. - Текст : электронный.

7. Book on lime : дистанционное образование : электронная библиотечная система / издательство КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. - Москва : КДУ, cop. 2017 -. URL:https://bookonlime.ru. - Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Информио : электронный справочник / ООО «РИНФИЦ». - Москва : Издательский дом «Информио», 2009 -. - URL: https://www.informio.ru. - Текст : электронный.

9. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006-. - URL:https://biblioelub.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

10. ZNANIUM : электронно-библиотечная система / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва : Знаниум, 2021- . – URL: https://znanium.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Российский экономический унтиниверситет имени В.Г. Плеханова. - Москва : KnowledgeTree Inc., 2008- . - URL:http://]iber.rea.ru/login.php. - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Финансовый университет, 2019— . - URL:http://1ibrary,la.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

13. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 - . - URL:https://librarv.lib.sfedu.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.

14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: информационно- аналитический портал / ООО Научная электронная библиотека. - Москва : ООО Научная электронная библиотека, cop. 2000-2024. - URL:https://elibrary.ru. - Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. -Текст : электронный.

15. CYBERLENINKA : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. - Москва : КиберЛенинка, 2012 - . - URL:http://cvberleninka.ru. — Текст : электронный.

16. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации [и др.]. - Москва : Российская государственная библиотека : ООО ЭЛАР, [2008 —]. - URL:https://rusneb.ru/ - Текст. Изображение : электронные.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры сервиса и гостиничного дела (проектор, ноутбук).

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Дегтярева Яна Владимировна	По основному месту работы	Должность – зав. кафедрой, ученая степень - кандидат экономических наук, ученое звание – доцент	Высшее, менеджмент организаций, магистр по менеджменту организаций, диплом кандидата наук ДК № 051175	1. Диплом о профессиональной переподготовке ПП № 0001410 от 29.11.2024, «Российское гостеприимство: технология и организация въездного международного туризма в контексте приоритетных страновых направлений», 252 часа, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 2. Удостоверение о повышении квалификации №262419589938 от 27.04.2024, «Управление устойчивым развитием туристской индустрии», 16 часов, ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», г. Ставрополь 4. Удостоверение о повышении квалификации УПК 23 №171873 от 01.11.2024, «Профилактическая работа в молодежной среде: психологические аспекты отклоняющегося поведения», 18 часов, ЦДПО «Горизонт» Института русского языка Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва 5. Удостоверение о повышении квалификации №800400005427 от 18.11.2024, «Современные информационные технологии в образовательной среде», 36 часов, ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», ЦДПО, г. Донецк 6. Удостоверение о повышении квалификации № 692417488765 от 04.03.2025 г., «Стартап как диплом: вопросы руководства и подготовки», 36 часов, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь 7. Сертификата о повышении

				квалификации № 0561 от 24.03.2025 г., «Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ», 16 часов, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк 8. Удостоверение о повышении квалификации ПК № 0005334 от 26.04.2025 г., «Развитие сервисных и управленческих технологий гостинично-ресторанного бизнеса в целях формирования и продвижения турпродуктов», 108 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 9. Удостоверение о повышении квалификации № 770400991220 от 24.05.2025 г., «Управление качеством гостиничных услуг», 16 часов, ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма», г. Москва 10. Удостоверение о повышении квалификации ПК № 0008542 от 26.06.2025 г., «Разработка международного туристического продукта в контексте развития приоритетных видов туризма на основе анализа ресурсной базы регионов (Краснодарский край, семейный, горнолыжный и деловой туризма», 36 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург 11. Удостоверение о повышении квалификации № 262424611885 от 04.12.2025 г., «Ресурсный потенциал развития туризма в Российской Федерации: выявление, оценка и эффективное использование для развития внутреннего туризма», 24 часа, ИДПО ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», г. Ставрополь 12. Удостоверение о повышении квалификации ААА № 180926115 от 04.12.2025 г.,

				«Инвестиционно-маркетинговые механизмы развития внутреннего туризма», 16 часов, ФГ АОУ «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», г. Москва 13. Сертификато повышении квалификации № 1137 от 18.02.2026 г., ««Автоматизация гостиничного бизнеса с платформой TravelLine», 20 часов, ООО «ТРЭВЕЛ ЛАЙН СИСТЕМС», г. Йошкар-Ола

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.20. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Профиль: Социально-культурный сервис
Трудоемкость дисциплины: 4 з.е.
Планируемые результаты обучения по дисциплине:

знать: методологические и теоретические основы маркетинга, современные концепции управления маркетингом на предприятии, современные аспекты товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики; методы формирования спроса и стимулирования сбыта; методы и модели организации маркетинговых исследований;

уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных задач; использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; воздействовать на рынок и потребительский спрос, применяя все инструменты комплекса маркетинга;

владеть: навыками применения методического инструментария маркетинга, целевого управления процессом создания и реализации ценности для потребителя; организации работы и оперативного управления на основе маркетинга.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ИДК-1$_{ОПК-4}$ Проводит исследование рынка, анализирует потребительские предпочтения, конкурентную среду и тенденции в сфере услуг ИДК-2$_{ОПК-4}$ Применяет основные элементы комплекса маркетинга для достижения целей в сфере услуг и организации продажи сервисных продуктов

Смысловые модули и темы дисциплины:
Смысловой модуль 1. Теоретические основы маркетинга
Тема 1. Сущность маркетинга и развитие его концепций
Тема 2. Маркетинговая среда: состав, характеристика и диагностика
Смысловой модуль 2. Методологические и информационные основы маркетинга
Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования
Тема 4. Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей
Смысловой модуль 3. Комплекс маркетинга и его основные элементы
Тема 5. Товар в комплексе маркетинга
Тема 6. Цена в комплексе маркетинга
Тема 7. Распределение в комплексе маркетинга
Тема 8. Продвижение в комплексе маркетинга

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

Разработчик:
Дегтярева Я.В., к.э.н., доцент

Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела
Дегтярева Я.В., к.э.н., доцент

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА